Le marketing

Monographies

Astous, A., d'. (2011). *Le projet de recherche en marketing* (4e éd.). Montréal: Chenelière éducation. **HF 5415 .2 A78 2011**

Badot, O., & Cova, B. (2009). *Néo-marketing : (reloaded)* ([2e éd.]). Colombelles, France: EMS, Management et société. **HF 5415 B333 2009**

Balagué, C., & Fayon, D. (2011). *Réseaux sociaux et entreprise : les bonnes pratiques : Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Youtube, etc.!* Paris: Pearson. **HD 30 .37 B353 2011**

Bascoul, G., & Moutot, J.-M. (2009). *Marketing et développement durable : stratégie de la valeur étendue*. Paris: Dunod. **HF 5413 B37 2009**

Brunet, J., & Colbert, F. (2011). *Gestion du marketing* (5e éd.). Montréal: G. Morin. **HF 5415 .13 G49 2011**

Cahen, P. (2011). *Signaux faibles, mode d'emploi : décaler [i.e. déceler] les tendances, anticiper les ruptures*. Paris: Eyrolles/Éditions d'Organisation. **HD 30 .28 C343 2011**

Cesvet, B., Babinski, T., & Alper, E. (2009). *Le capital conversationnel : [découvrez comment le bouche à oreille durable contribue à bâtir des marques]*. Montréal: Éditions Transcontinental. **HF 5414 .1255 C4714 2009**

Chaptal de Chanteloup, C. (2011). *Le design : management stratégique et opérationnel*. Paris: Vuibert. **HF 5415 .13 C43 2011**

Chiaravalle, B., & Schenck, B. F. (2011). *Les marques pour les nuls*. Paris: First editions. **HF 5415 .1255 M3714 2011**

Colmant, T. (2009). *Au coeur de votre réusssite... le marketing : un outil pour faire grandir votre entreprise*. Liège: Edipro. **HF 5415 C653 2009**

Cordina, P. (2012). *Les marques et les réseaux sociaux : intégration marketing des réseaux sociaux par les entreprises* Bluffy, France: Kawa. **HF 5415 .1265 C67 2012**

De Corte, C. (2010). *Développement international Desjardins, 1070-2010 : pionnier québécois de la microfinance*. Québec: Presses de l'Université du Québec. **HG 2035 D43 2010**

Divard, R. (2010). *Le marketing participatif*. Paris: Dunod. **HF 5415 .55 D58 2010**

Fabien, L. (2009). *Marketing de services : maximisez l'expérience de vos clients*. Montréal: L. Fabien. **HF 5415 F33 2009**

Fasse, D., & Schapiro-Niel, A. (2011). *Marketing et communication : le mix gagnant : deux stratégies au service de l'entreprise*. Paris: Dunod. **HF 5415 .123 F37 2011**

Fayon, D., & Alloing, C. (2012). *Développer sa présence sur Internet : concevoir et déployer une stratégie sur les médias sociaux*. Paris: Dunod. **HF 5415 .1265 F39 2012**

François, P. (2011). *Vie et mort des institutions marchandes*. Paris: Presses de Sciences Po. **HF 5415 V54 2011**

Hébert, M. (2011). *Le marketing et la communication face à l'imprévisible : mobilité, réactivité, adaptation*. Paris: Harmattan. **HF 5548 .34 H43 2011**

Isaac, H., Volle, P., & Bréban, Y. (2011). *E-commerce : de la stratégie à la mise en oeuvre opérationnelle* (2e éd.). Paris: Pearson Education. **HF 5548 .32 I73 2011**

Le marketing

Jouffroy, J., Ber, G., Tissier, M., & Electronic business group [France]. (2011). *Internet marketing 2011 : la rupture de génération*. Paris: Elenbi. **HF 5415 .1265 I58 2011**

Kotler, P., Keller, K. L., & Manceau, D. (2012). *Marketing management* (14e éd.). Paris: Pearson Education France. **HF 5415 .13 K684 2012**

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. D. (2011). *Marketing* (11e éd.). Mason, Ohio: South-Western Cengage Learning. **HF 5415 L363 2011**

Lebailly, M., & Benarbia, L. (2011). *Le marketing culturel : exploitez votre culture d'entreprise et transformez vos clients en adeptes*. Paris: Pearson Education. **HF 5415 L433 2011**

Léger Marketing, & Fondation de l'entrepreneurship. (2009). *L'entreprise infidèle : [les clients veulent être loyaux, mais les entreprises les font fuir]*. Montréal: Éditions Transcontinental. **HF 5415 D5714 2009**

Lopes, C. (2011). *Le guide du category management : se différencier en optimisant la gestion des catégories*. Paris: Eyrolles-Éditions d'Organisation. **HF 5415 L67 2011**

Malhotra, N., Décaudin, J.-M., Bouguerra, A., & Bories, D. (2011). *Études marketing* (6e éd.). Paris: Pearson education France. **HF 5415 .2 M3514 2011**

Mesly, O. (2011). *Une façon différente de faire de la recherche en vente et marketing : petit guide pour les chercheurs humbles*. Québec: Presses de l'Université du Québec. **HF 5415 .2 M47 2011**

Meyer-Waarden, L. (2012). *Management de la fidélisation : développer la relation client : de la stratégie aux technologies numériques*. Paris: Vuibert. **HF 5415 .5 M49 2012**

Pariot, Y. (2011). *Les outils du marketing stratégique et opérationnel : 35 outils et grilles d'analyse prêts à l'emploi* (2e éd. revue et augmentée). Paris: Eyrolles-Éditions d'Organisation. **HF 5438 .5 P37 2011**

Reed, J., & balagué, C. (2011). *Le marketing en ligne : boostez votre activité avec les sites web 2.0 : sites web, moteurs de recherche, réseaux sociaux, blogs et podcasts*. Paris: Pearson Education France. **HF 5415 .1265 R4414 2011**

Sanjaume, A., & Caplier, A. (2010). *Marketing comportemental : exploiter la donnée marketing client*. Paris: Dunod. **HF 5415 .1265 S36 2010**

Tinelli, M. (2012). *Marketing synchronisé : changer radicalement pour s'adapter au consommateur de l'ère numérique*. Paris: Eyrolles. **HF 5415 .1265 T56 2012**

Zimmerman, J. (2012). *Le marketing sur internet pour les nuls*. Paris: First interactive. **HF 5415 .1265 Z5614 2012**

Périodiques

Capelli, S., & Dantas, D. C. (2012). Comment intégrer les clients à la démarche marketing? *Gestion, 37*(1), 74-83. doi: 10.3917/riges.371.0074

David-Ignatieff, A. (2013). Et si le marketing devenait moins segmenté et plus inclusif ? *Gestion, 38*(1), 39-41. doi: 10.3917/riges.381.0039

Lehu, J.-m. (2011). Haine du marketing : analyse d'une relation consumériste ambivalente. *La Revue des Sciences de Gestion, 252*(6), 13-25. doi: 10.3917/rsg.252.0013